



## Samenvatting MINI-Masterclass ‘Framen!’

Framen in een debat heeft als doel om het debat (op een min of meer spectaculaire wijze) naar je toe te trekken, het thema (het accent!) te verleggen en er zelfs in te slagen dat er over het thema (zoals jij het hebt geformuleerd) wordt gepraat als je zelf al niet meer deelneemt aan het debat.

Noem het een ‘herijking’ van het twistpunt, een handige en verrassende draai die je er aan geeft – vaak met scherp en mooi gekozen woorden - waarbij je gespreksoponenten voor de moeilijke keuze worden gesteld: *gaan ze er op in of negeren ze het?*

Of weten ze een nóg beter frame te formuleren om het debat andermaal een nieuwe wending te geven?

### 1. Soft-Framing

Voor al in de reclamewereld zie je vormen van framing. Wij noemen dat ‘soft-framing’. Een productnaam wordt vaak voorzien van een slogan (onderzin) of een pay-off die kort en kernachtig weergeeft, waar het product voor staat of wat de normen en waarden er van zijn.

**Wie kent ze niet....?**

MIELE – Er is geen betere....  
TROS – De grootste familie van Nederland  
CALVÉ PINDAKAAS – Wie is er niet groot mee geworden?

Je ziet dat deze voorbeelden zó sterk zijn, dat je ze eigenlijk allemaal wel kent. Hier is in de voorbereiding – door deze bedrijven – heel goed over nagedacht. De bedrijven weten exact WELKE boodschap ze willen overbrengen en HOE deze moet blijven hangen.

### 2. Hard-Framing!

In een debat kun je ook framen. Dat noemen we ‘hard-framen’. Je wilt namelijk niet alleen je debatopponent, maar vooral de toehoorders én helemaal degenen die je wilt overtuigen, een BEELD (jouw beeld!) meegeven van waar het twistpunt nu eigenlijk werkelijk om gaat.

**Enkele voorbeelden:**

PIM FORTUYN fulmineerde over ‘De Puinhopen Van Paars!’  
De SP omschreef de hypotheekrente-aftrek als ‘Villasubsidie’

**En wat te denken van:**

‘De Auto is een Melkkoe!’ - Wie deze ooit heeft bedacht, weten we niet, maar we weten intussen allemaal wat hiermee wordt bedoeld. De overheid ziet het geven van verkeersboetes vooral als een inkomstenbron.

De stichting ‘Wakker Dier’ bedacht de term ‘Plofkip!’. Wow! Daar wordt een statement mee gemaakt en een nieuwe wending aan de discussie gegeven.

En deze kent u ook.... “Nederland moet een Kopvoddentaks introduceren!”



#### Hoe bedenk je een frame?

Oefening baart kunst! Het bedenken van een frame heeft voorbereidingstijd nodig. Zo dien je het twistpunt ongekend diep te ontrafelen. Je moet de bijzaken er af pellen en heel goed bepalen wat de werkelijke essentie is.

Aansluitend dien je je te verdiepen in de standpunten van je tegenstanders. Welke angel leggen zij in het debat?

Tot slot bepaal je waar je de toehoorders nu precies van wilt overtuigen. *Waar zit dáár de essentie?* En verzin dan een metafoer of een knallende vergelijking om je opponent compleet te verrassen!

#### Wat doen als je met frames wordt geconfronteerd? (of wat doe je juist niet?)

- Negeer het frame! Zodra je er op ingaat, heb je een achterstand in het debat. Je tegenstanders staan verbaal op voorsprong.
- Ontken het niet. Als je het frame gaat ontkennen (“Dit zijn geen plofkippen”), dan hebben je tegenstanders de regie overgenomen. Het gesprek gaat dan over.... Plofkippen!
- Herhaal het nooit. Je tegenstanders lachen er om. Ze hebben je nu al verbaal te pakken.
- Verzín ter plekke een veel sterker frame, beredeneerd vanuit jouw standpunt en ga er overheen. **Maar pas op:** het frame moet echt veel sterker zijn! **Zo niet:** dan sta je andermaal op achterstand en loop je achter de feiten van de beeldvorming aan.